

**THE EFFECT OF FINANCIAL LITERACY, SERVICE QUALITY AND TRUST  
ON SAVING INTEREST AT PT BPR BANK BOYOLALI (PERSERO DA) ANDONG  
CASH OFFICE**

**PENGARUH LITERASI KEUANGAN, KUALITAS PELAYANAN DAN  
KEPERCAYAAN TERHADAP MINAT MENABUNG PADA PT BPR BANK  
BOYOLALI (PERSERO DA) KANTOR KAS ANDONG**

**Alvita Ambarwati<sup>1</sup>, Fauzan<sup>2</sup>**

Universitas Muhammadiyah Surakarta<sup>1,2</sup>

alvitaambarwati55@gmail.com<sup>1</sup>, fau136@ums.ac.id<sup>2</sup>

**ABSTRACT**

*This study aims to analyze the influence of financial literacy, service quality, and trust on public saving interest at PT BPR Bank Boyolali (PERSERO DA) Andong Sub-Branch in Klego District. The research employs a quantitative approach using a survey method involving 100 respondents selected through the Slovin formula. Data were collected using questionnaires and analyzed through validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination using SPSS. The results indicate that financial literacy, service quality, and trust partially and simultaneously have a positive and significant effect on saving interest. These findings suggest that improving financial knowledge, service quality, and customer trust can encourage consistent saving behavior. Therefore, banks are recommended to strengthen financial literacy programs, enhance service quality, and build stronger customer trust to increase public saving interest.*

**Keywords:** Financial Literacy, Service Quality, Trust, Saving Interest, Rural Bank.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat pada PT BPR Bank Boyolali (PERSERO DA) Kantor Kas Andong, khususnya pada masyarakat Kecamatan Klego. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang dipilih menggunakan rumus Slovin. Teknik analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Secara simultan, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan pemahaman keuangan, pelayanan yang berkualitas, serta kepercayaan nasabah dapat mendorong perilaku menabung yang lebih konsisten. Oleh karena itu, pihak bank disarankan untuk terus meningkatkan program edukasi literasi keuangan, memperbaiki kualitas pelayanan, serta memperkuat kepercayaan nasabah guna meningkatkan jumlah penabung dan memperluas inklusi keuangan di wilayah penelitian.

**Kata Kunci:** Literasi Keuangan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, Minat Menabung, BPR.

**PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan internet pada era Society 5.0 telah mendorong digitalisasi dalam berbagai aktivitas kehidupan, termasuk perubahan pola belanja masyarakat yang kini dapat dilakukan secara fleksibel melalui transaksi daring tanpa batasan waktu dan tempat. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk merancang strategi pemasaran yang tepat serta menonjolkan

kualitas produk guna menarik perhatian konsumen dan meningkatkan minat beli, yang pada akhirnya memengaruhi keputusan pembelian. Keputusan pembelian sendiri muncul setelah konsumen melakukan pertimbangan terhadap berbagai alternatif yang tersedia dan dapat membentuk sikap konsumen di masa mendatang (Hamidi & Prakoso, 2018; Solihin, 2020).

Konsep menabung telah dikenal sejak lama dan bergantung pada kesadaran individu dalam mengelola keuangan. Menurut Novitasari dan Ayuningtyas (2021), menabung merupakan kegiatan positif dengan menyisihkan sebagian pendapatan untuk disimpan dalam jangka waktu tertentu. Menabung juga berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta membentuk sikap hidup hemat dan mandiri. Sikap hemat diartikan sebagai kemampuan mengendalikan pengeluaran agar dana dapat dimanfaatkan untuk tujuan keuangan jangka panjang (Wang et al., 2021).

Perkembangan perilaku menabung tercermin dalam Indeks Menabung Konsumen (IMK) Juli 2025 yang berada pada level 82,2, melemah 1,6 poin dibandingkan bulan sebelumnya. Pelembahan juga terjadi pada Indeks Waktu Menabung (IWM) yang turun 4,7 poin menjadi 90,5, meskipun Indeks Intensitas Menabung (IIM) meningkat 1,4 poin menjadi 73,8. Persentase responden yang tidak pernah menabung menurun dari 26,7% menjadi 24,9%, dan responden yang menabung lebih kecil dari rencana turun dari 52,5% menjadi 50%. Namun, persepsi bahwa waktu saat ini dan tiga bulan mendatang merupakan waktu yang tepat untuk menabung mengalami penurunan (Lembaga Penjamin Simpanan, 2025).

Bank sebagai lembaga keuangan formal memiliki peran strategis dalam menghimpun dan menyalurkan dana masyarakat guna mendorong pertumbuhan ekonomi (Dalimunthe & Lubis, 2023). Di tingkat daerah, Bank Perekonomian Rakyat (BPR) berperan dalam mendukung layanan keuangan mikro dan memperluas inklusi keuangan masyarakat pedesaan (Marpaung & Damanik, 2023). Keberadaan kantor kas, seperti BPR Kantor Kas Andong, memperkuat akses layanan perbankan

serta membangun hubungan kepercayaan dengan masyarakat lokal (Holle & Manilet, 2023). Berdasarkan Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, bank berfungsi menghimpun dana masyarakat dan menyalurkannya kembali untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Namun, minat menabung masyarakat pada BPR masih relatif rendah. Berdasarkan wawancara dengan manajer BPR Kantor Kas Andong, jumlah nasabah aktif menabung pada November 2025 tercatat sebanyak 3.696 nasabah, dengan fluktuasi yang dipengaruhi oleh kecenderungan masyarakat memilih bank nasional seperti BRI dan BNI. Masyarakat masih memandang BPR kurang aman serta memiliki keterbatasan pemahaman terhadap manfaat produk perbankan (Surmayanti et al., 2024). Rendahnya kualitas pelayanan dan literasi keuangan masyarakat pedesaan turut menjadi penghambat minat menabung.

Minat menabung mencerminkan niat individu dalam mengalokasikan pendapatan untuk menjamin keamanan finansial masa depan (Raharjo et al., 2025). Minat ini ditunjukkan melalui perhatian, ketertarikan, dan kecenderungan menggunakan produk tabungan (Sari & Afandy, 2024). Penelitian Raihana et al. (2020) menyatakan bahwa minat menabung dipengaruhi oleh literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan.

Literasi keuangan merupakan kemampuan memahami konsep dan risiko keuangan dalam pengambilan keputusan rasional (Keuangan, 2022). Indeks literasi keuangan Indonesia baru mencapai 49,68%, masih tertinggal dibandingkan tingkat inklusi keuangan sebesar 85,10% (Mustaidah & Sadiyah, 2025). Penelitian Aprilia & Indrarini (2024) serta Azizah (2023) menemukan bahwa literasi keuangan berpengaruh

terhadap minat menabung, namun Napitupulu et al. (2021) menyatakan sebaliknya.

Kualitas pelayanan juga menjadi faktor penting dalam membentuk minat menabung. Pelayanan mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (Ahmad et al., 2020). Penelitian Raihana et al. (2020) dan Raharjo et al. (2025) membuktikan adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap minat menabung, sedangkan Mustaidah et al. (2025) menemukan hasil yang berbeda.

Kepercayaan merupakan keyakinan nasabah terhadap integritas dan keamanan pengelolaan dana oleh bank. Kepercayaan terbukti berpengaruh positif terhadap minat menabung (Fadillah, 2025), namun Aziz & Hendrastyo (2020) menyatakan tidak terdapat pengaruh signifikan.

Perbedaan hasil penelitian terdahulu menunjukkan adanya celah penelitian. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung pada PT BPR Bank Boyolali (Perseroda) Kantor Kas Andong sebagai objek kebaruan penelitian, dengan subjek masyarakat Kecamatan Klego.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah literasi keuangan berpengaruh terhadap minat menabung, apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap minat menabung, serta apakah kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui apakah literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap minat menabung.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Literasi Keuangan**

Literasi keuangan telah menjadi fokus kajian dalam berbagai bidang, termasuk perilaku konsumen, karena literasi berkaitan dengan pengetahuan yang memengaruhi perilaku manusia. Literasi keuangan merujuk pada pemahaman dan pengetahuan mengenai konsep serta risiko keuangan, yang didukung oleh keterampilan, motivasi, dan kepercayaan diri dalam menerapkan pengetahuan tersebut untuk pengambilan keputusan yang efektif serta partisipasi dalam aktivitas keuangan (Sulastri, 2025). Literasi keuangan juga diartikan sebagai pemahaman, keterampilan, dan kepercayaan yang memengaruhi sikap serta perilaku seseorang dalam mengelola keuangan guna meningkatkan kualitas keputusan finansial dan mencapai kesejahteraan.

Secara luas, literasi keuangan merupakan praktik dalam hubungan sosial yang berkaitan dengan pengetahuan, bahasa, dan budaya yang memengaruhi cara individu berkomunikasi dan bertindak dalam masyarakat (Sriyono et al., 2024). Literasi keuangan menjadi faktor penting dalam membentuk perilaku pengelolaan keuangan, karena pengelolaan pendapatan yang baik berperan dalam mencapai kesejahteraan ekonomi. Tanpa pemahaman yang memadai mengenai pengelolaan keuangan, sebesar apa pun pendapatan yang dimiliki justru dapat menghambat kesejahteraan di masa depan (Winarti & Supyan, 2022). Individu dengan literasi keuangan yang baik memiliki kendali lebih baik terhadap kondisi keuangannya serta mampu memanfaatkan uang secara optimal untuk memenuhi kebutuhan dan tujuan finansial.

Dengan demikian, literasi keuangan dapat disimpulkan sebagai kemampuan individu dalam memahami,

mengelola, dan mengambil keputusan keuangan secara tepat, yang mencakup pengetahuan, keterampilan, dan kepercayaan diri dalam menggunakan informasi keuangan secara efektif dalam kehidupan sehari-hari.

Literasi keuangan mencakup beberapa aspek utama yang mendukung perencanaan keuangan yang sehat, yaitu: basic personal finance (pemahaman dasar sistem keuangan dan konsep fundamental seperti bunga, likuiditas, dan perhitungan sederhana), money management (kemampuan menyusun anggaran dan menentukan prioritas penggunaan dana), credit and debt management (pemahaman kredit sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 serta pengelolaan dan pelunasan utang secara terstruktur), saving and investment (pengelolaan tabungan sebagai cadangan dana serta investasi untuk memperoleh keuntungan di masa depan), dan risk management, yaitu upaya pengelolaan risiko untuk meminimalkan potensi kerugian (Adi et al., 2021).

Menurut Risnawati & Syaparuddin (2021), indikator literasi keuangan meliputi: (1) pengetahuan tentang produk keuangan seperti tabungan, deposito, kredit, asuransi, dan investasi; (2) pemahaman manfaat menabung sebagai strategi pengelolaan keuangan; (3) kemampuan mengambil keputusan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi pribadi; (4) kemampuan mengelola keuangan melalui penyusunan anggaran dan pengendalian pendapatan serta pengeluaran; dan (5) kesadaran terhadap risiko keuangan dalam setiap penggunaan produk keuangan.

### **Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang memengaruhi minat masyarakat untuk menyimpan dana di

lembaga keuangan, karena mencerminkan kemampuan lembaga dalam memenuhi bahkan melampaui ekspektasi nasabah. Menurut Nuryanti & Husaen (2024), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diantisipasi serta pengendalian atas keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang berkualitas ditunjukkan melalui kecepatan, ketepatan, kesopanan, dan kemampuan memberikan kepuasan, sehingga mendorong motivasi dan komitmen nasabah untuk menabung secara konsisten.

Selain meningkatkan kenyamanan transaksi, kualitas pelayanan juga berperan dalam membangun loyalitas dan kepercayaan nasabah jangka panjang. Pelayanan yang profesional dan empatik menciptakan hubungan positif antara nasabah dan lembaga keuangan, sehingga mendorong pemanfaatan produk dan layanan secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat dipandang sebagai investasi strategis dalam meningkatkan minat menabung masyarakat (Sulastri, 2025). Penelitian Eki Dwi Septiani et al. (2025) menegaskan bahwa pelayanan yang optimal membentuk pengalaman positif, sehingga aktivitas menabung dipersepsikan aman, mudah, dan menguntungkan, terutama melalui responsivitas petugas, komunikasi yang transparan, dan kemudahan prosedur.

Dimensi kualitas pelayanan meliputi bukti langsung (tangibles) berupa fasilitas fisik dan penampilan pegawai, kehandalan (reliability) dalam memberikan layanan yang akurat dan konsisten, daya tanggap (responsiveness) dalam memberikan pelayanan cepat dan jelas, jaminan (assurance) yang mencakup kompetensi, keamanan, dan kesopanan, serta empati (empathy) berupa perhatian dan pemahaman

terhadap kebutuhan nasabah (Hasanah, 2025).

Menurut Kusuma Mafatzi & Rahmiyati (2025), indikator kualitas pelayanan meliputi: (1) kejelasan dan kemudahan informasi produk dan layanan, (2) komunikasi petugas yang efektif dan konsisten, (3) pelayanan yang ramah dan profesional, (4) prioritas pelayanan kepada nasabah secara adil dan cepat, serta (5) tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan secara keseluruhan.

### Kepercayaan

Kepercayaan merupakan variabel kunci dalam keberhasilan pemasaran dan efektivitas penjualan produk. Kepercayaan konsumen tercermin dari kesediaan menggunakan atau membeli produk karena yakin perusahaan mampu memenuhi harapan mereka (Hermawati, 2023). Pelanggan yang memiliki tingkat kepercayaan tinggi cenderung mempertahankan hubungan jangka panjang serta membangun ikatan emosional yang kuat dengan perusahaan. Dalam sektor perbankan, membangun kepercayaan nasabah menjadi prioritas utama agar tercipta hubungan bisnis yang berkelanjutan serta rasa aman dalam menabung (Febrian & Budianto, 2023).

Kepercayaan terdiri atas dua dimensi utama, yaitu *trusting belief* dan *trusting intention*. *Trusting belief* merupakan keyakinan nasabah terhadap karakteristik perusahaan yang diyakini mampu memberikan manfaat atau keuntungan. Sementara itu, *trusting intention* adalah kesediaan individu untuk bergantung pada pihak lain karena adanya keyakinan bahwa pihak tersebut akan bertindak sesuai harapan, sehingga individu merasa aman dalam menyerahkan sebagian keputusan atau kendali (Haryono, 2022).

Menurut Mustaidah & Sadiyah (2025), indikator kepercayaan dalam

minat menabung meliputi: (1) keamanan dana nasabah dari risiko kehilangan atau penyalahgunaan, (2) keyakinan terhadap pelayanan yang jujur dan adil, (3) transparansi informasi yang diberikan bank, (4) konsistensi operasional dan prosedur pelayanan, serta (5) perlindungan privasi dan kerahasiaan data nasabah.

### Minat Menabung

Minat merupakan keinginan yang muncul secara alami tanpa paksaan, yang mengarah pada dorongan untuk mengetahui, mempelajari, menghargai, atau memiliki sesuatu, serta melibatkan keterlibatan emosional mulai dari persepsi hingga penentuan nilai (Leuhena et al., 2023). Proses pengambilan keputusan dalam memilih produk melibatkan pencarian informasi, perbandingan alternatif, dan pemilihan yang sesuai dengan karakter individu, sehingga minat harus memiliki objek yang jelas agar arah perilaku menjadi terarah (Cahyono et al., 2025). Minat juga dapat dipahami sebagai kondisi psikologis yang muncul sebelum tindakan dan menjadi penentu perilaku di masa mendatang.

Minat menabung merupakan dorongan individu untuk menyisihkan pendapatan sebagai respons terhadap keinginan melakukan pembelian atau investasi. Tulwaiddah (2023) menyatakan bahwa minat adalah keinginan yang timbul secara sukarela. Menabung diartikan sebagai tindakan menyisihkan sebagian pendapatan untuk investasi (Harahap, 2024) atau sebagai upaya mempersiapkan kebutuhan masa depan (Maharani et al., 2021). Aktivitas menabung mencerminkan kemampuan individu mengendalikan diri dan memprioritaskan kebutuhan jangka panjang. Raihana & Aulia (2020) menjelaskan bahwa minat menabung merupakan respons beli yang muncul

ketika individu merasa tertarik terhadap suatu objek.

Tahapan minat menabung meliputi perhatian (attention), yaitu fokus awal terhadap jasa perbankan; ketertarikan (interest) terhadap produk yang ditawarkan; keinginan (desire) untuk menggunakan produk; serta keyakinan (conviction) yang mengarah pada pengambilan keputusan (Wati et al., 2025).

Menurut Mustaidah & Sadiyah (2025), indikator minat menabung meliputi: (1) ketertarikan untuk menabung, (2) keinginan menabung secara aktif dan berkelanjutan, (3) kesediaan merekomendasikan produk tabungan kepada pihak lain, serta (4) minat yang didorong oleh rasa aman dan kepercayaan terhadap manfaat tabungan.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian Tulwaidah (2023) menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN STS Jambi di bank syariah. Hasil ini sejalan dengan penelitian Radia & Radia (2020) yang menemukan bahwa literasi keuangan dan kepercayaan masyarakat berpengaruh positif terhadap minat menabung di Kota Bandung, serta Budi (2024) yang menegaskan bahwa peningkatan literasi keuangan dan kepercayaan mampu meningkatkan minat menabung masyarakat di bank syariah wilayah Solo Raya. Temuan serupa juga diperkuat oleh Ursila (2022) yang menyimpulkan bahwa pembelajaran perbankan syariah, kualitas pelayanan, dan literasi keuangan berpengaruh secara parsial maupun simultan terhadap minat menabung mahasiswa.

Namun, hasil berbeda ditemukan oleh Aulia (2025) dan Afriyanti & Fadillah (2025). Aulia (2025) menyatakan bahwa kualitas pelayanan

dan literasi keuangan tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung, sedangkan faktor produk justru menjadi pendorong utama. Afriyanti & Fadillah (2025) juga menemukan bahwa literasi keuangan syariah tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat, sehingga diperlukan upaya sosialisasi yang lebih intensif untuk meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan perbankan syariah.

Sementara itu, beberapa penelitian menekankan peran kualitas pelayanan dan kepercayaan. Rendy et al. (2020) membuktikan bahwa kualitas produk tabungan, kualitas layanan, dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung nasabah. Hal ini diperkuat oleh Dede (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan mampu meningkatkan minat menabung, serta Almaqi et al. (2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat di Bank Syariah Indonesia. Berbeda dengan itu, Putri (2024) menemukan bahwa pengetahuan dan kepercayaan tidak berpengaruh signifikan, sedangkan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung.

Secara umum, penelitian-penelitian tersebut menunjukkan adanya perbedaan hasil terkait pengaruh literasi keuangan, kualitas pelayanan, kepercayaan, dan faktor produk terhadap minat menabung. Perbedaan ini membuka peluang penelitian lanjutan dengan mengombinasikan variabel literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pada objek yang berbeda untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

### **Hipotesis Penelitian**

<b>Pengaruh</b>	<b>Literasi</b>	<b>Keuangan</b>
<b>terhadap</b>	<b>Minat</b>	<b>Menabung</b>

### **Masyarakat pada PT BPR Boyolali (Persoda) Kantor Kas Andong**

Tingkat literasi keuangan mencerminkan kemampuan individu dalam memahami dan mengelola keuangan untuk mendukung pengambilan keputusan yang tepat. Semakin tinggi literasi keuangan seseorang, semakin besar kemampuannya mengenali manfaat menabung serta memahami produk dan layanan perbankan, termasuk Bank Perekonomian Rakyat, sehingga mendorong kebiasaan menabung yang lebih terarah dan konsisten. Penelitian Sulastri (2025) membuktikan bahwa literasi keuangan berdampak positif terhadap minat menabung, dan temuan ini diperkuat oleh Afriyanti & Fadillah (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berperan penting dalam meningkatkan minat masyarakat untuk menabung. Hal ini sejalan dengan teori customer behavior yang menjelaskan bahwa perilaku individu dipengaruhi oleh pengetahuan, sikap, dan pengalaman terhadap suatu produk atau layanan, yang selanjutnya memengaruhi keputusan dan minat seseorang untuk bertindak, termasuk dalam aktivitas menabung di bank.

H1 : Literasi keuangan berpengaruh positif terhadap minang menabung.

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Menabung Masyarakat pada PT BPR Boyolali (Persoda) Kantor Kas Andong**

Pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional mampu menciptakan pengalaman positif bagi nasabah sehingga meningkatkan kepercayaan dan mendorong minat untuk terus menabung. Hal ini sejalan dengan penelitian Aziz & Hendrastyo (2020) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung. Rohmanto (2018) juga menyatakan

bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor penting yang memotivasi masyarakat pedesaan untuk menabung di lembaga keuangan. Temuan tersebut selaras dengan teori customer behavior yang menjelaskan bahwa pelayanan yang memuaskan membentuk persepsi dan sikap positif nasabah, sehingga memengaruhi keputusan mereka untuk melakukan aktivitas menabung secara berkelanjutan.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung Masyarakat pada PT BPR Boyolali (Persoda) Kantor Kas Andong**

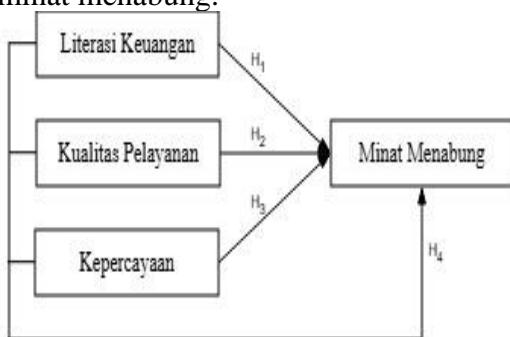
Tingkat kepercayaan berpengaruh terhadap minat menabung, karena ketika bank mampu memberikan pelayanan dengan integritas tinggi, kepercayaan masyarakat terhadap layanan tersebut akan meningkat (Aziz & Hendrastyo, 2020). Masyarakat cenderung memilih bank yang jujur, transparan, dan memiliki komitmen kuat, sehingga rasa aman dan keinginan untuk menabung semakin meningkat. Hal ini didukung oleh penelitian Novianto & Nisa (2024) yang menyatakan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menyimpan dana di bank. Semakin tinggi tingkat kepercayaan masyarakat, semakin besar pula minat menabung. Temuan ini sejalan dengan teori customer behavior yang menjelaskan bahwa keputusan individu dipengaruhi oleh faktor psikologis seperti kepercayaan, sikap, dan persepsi terhadap suatu produk atau layanan.

H3 : Kepercayaan berpengaruh positif terhadap minat menabung.

### **Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Pada PT BPR Bank**

### Boyolali (Perseroda) Kantor Kas Andong.

Selain pengaruh parsial, literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan juga diperkirakan berpengaruh secara simultan terhadap minat menabung. Resti (2020) dan Ursila (2022) menyatakan bahwa kombinasi pemahaman nasabah terhadap produk keuangan, kualitas layanan, dan tingkat kepercayaan secara bersama-sama memperkuat minat menabung. Ketiga variabel tersebut saling melengkapi, dimana literasi membentuk dasar pemahaman, kualitas pelayanan menciptakan kenyamanan, dan kepercayaan membangun keyakinan. Penelitian Sriyono et al. (2024) menunjukkan bahwa kepercayaan dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung dengan literasi keuangan sebagai faktor pendukung, sedangkan Raharjo et al. (2025) menegaskan bahwa ketiga variabel tersebut secara simultan mendorong minat menabung masyarakat. Temuan ini sejalan dengan teori customer behavior yang menyatakan bahwa perilaku dan keputusan individu dipengaruhi oleh pengetahuan, pengalaman, dan persepsi terhadap suatu produk atau layanan. H4 : Literasi Keuangan , Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung.



**Gambar 1 Kerangka Pemikiran**

Sumber: Dari berbagai sumber yang diolah

Kerangka pemikiran menjelaskan keterkaitan antara literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung. Ketiga variabel independen tersebut memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk perilaku individu untuk mengalokasikan sebagian pendapatannya pada lembaga keuangan, khususnya bank. Literasi keuangan memberikan dasar pemahaman, kualitas pelayanan menciptakan kenyamanan dalam bertransaksi, sedangkan kepercayaan membangun keyakinan terhadap keamanan dan profesionalisme bank. Sinergi ketiganya diharapkan mampu menumbuhkan perilaku keuangan yang bijak dan berorientasi jangka panjang, sehingga mendorong konsistensi masyarakat dalam menabung.

### METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif, yaitu metode ilmiah yang sistematis untuk menganalisis hubungan sebab akibat melalui pengumpulan data numerik dengan teknik statistik dan matematika sehingga menghasilkan kesimpulan yang objektif dan terukur (Ardiansyah et al., 2023). Pendekatan ini digunakan untuk menganalisis pengaruh literasi keuangan (X1), kualitas pelayanan (X2), dan kepercayaan (X3) terhadap minat menabung (Y) pada masyarakat di BPR Bank Boyolali (Perseroda) Kantor Cabang Klego.

Populasi adalah seluruh objek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu untuk dianalisis (Sugiyono, 2022), mencakup keseluruhan sifat dan karakteristik objek penelitian (Listiani, 2023). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Kecamatan Klego sebanyak 59.000 orang berdasarkan data Radar Solo yang diunggah Cahyono (2023). Sampel merupakan bagian

populasi yang mewakili karakteristiknya (Sugiyono, 2022), sehingga hasilnya dapat digeneralisasikan (Listiani, 2023). Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 100 responden.

Jenis data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari sumber penelitian tanpa perantara sehingga tingkat keakuratan dan keabsahan lebih terjamin (Sulung, 2024). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dengan skala Likert lima tingkat, yaitu: sangat setuju (5), setuju (4), netral (3), tidak setuju (2), dan sangat tidak setuju (1).

Variabel penelitian merupakan atribut yang dapat diukur dan diamati (Wahyuningsih, 2022), terdiri atas variabel independen yaitu literasi keuangan ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepercayaan ( $X_3$ ), serta variabel dependen yaitu minat menabung ( $Y$ ).

Analisis data menggunakan statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data melalui nilai mean, median, modus, dan standar deviasi (Alfianti & Kartikasari, 2023). Instrumen penelitian diuji melalui uji validitas untuk memastikan ketepatan alat ukur (Putri, 2023) dengan kriteria  $r$  hitung  $\geq r$  tabel pada signifikansi 0,05, serta uji reliabilitas untuk memastikan konsistensi hasil pengukuran.

Sebelum analisis regresi linier berganda dilakukan, model diuji melalui uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov dengan pendekatan Monte Carlo (Indartini et al., 2024; Ningsih & Arsali, 2022), uji multikolinearitas menggunakan nilai VIF dan toleransi (Indartini et al., 2024), serta uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser. Apabila terjadi heteroskedastisitas, penanganan dapat dilakukan melalui transformasi data, Weighted Least Square (WLS), atau

penggunaan Robust Standard Error (Gujarati & Porter, 2010).

Ketepatan model dianalisis menggunakan koefisien determinasi ( $R^2$ ) untuk mengetahui besarnya kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai  $R^2$  dinyatakan dalam persentase, dengan kriteria pengaruh mulai dari sangat lemah hingga sangat kuat (Sugiyono, 2022).

Uji F digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh variabel bebas secara simultan terhadap variabel terikat. Kriteria pengujian ditentukan berdasarkan nilai signifikansi, yaitu jika nilai  $p > 0,05$  maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikat, sedangkan jika nilai  $p < 0,05$  maka variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2022). Dengan demikian, apabila  $p > 0,05$  maka hipotesis nol ( $H_0$ ) diterima dan hipotesis alternatif ( $H_1$ ) ditolak, sedangkan apabila  $p < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh dua variabel independen atau lebih terhadap satu variabel dependen. Metode ini digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah minat menabung masyarakat ( $Y$ ) yang dipengaruhi oleh tiga variabel independen, yaitu literasi keuangan ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ), dan kepercayaan ( $X_3$ ). Secara sistematis, model persamaan regresi dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + e$$

Di mana :

$Y$	=	minat menabung
$\alpha$	=	bilangan konstanta
$\beta_1$	=	koefisien regresi literasi keuangan
$\beta_2$	=	koefisien regresi kualitas pelayanan

- $\beta_3$  = koefisien regresi kepercayaan  
 X1 = variabel literasi keuangan  
 X2 = variabel kualitas pelayanan  
 X3 = variabel kepercayaan  
 e = Eror term

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian ini bertujuan menilai apakah setiap variabel bebas secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel atau berdasarkan nilai signifikansi. Jika  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  atau nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Anggraeni, 2020).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Gambaran Umum dan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan menguji secara empiris pengaruh literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat di PT BPR Bank Boyolali (PERSERO DA) Kantor Kas Andong. Penelitian ini penting karena minat menabung merupakan faktor kunci keberhasilan BPR dalam menghimpun dana pihak ketiga, khususnya pada lembaga yang berorientasi pada pelayanan komunitas lokal.

Penelitian dilaksanakan di Kecamatan Klego, Kabupaten Boyolali, yang terdiri dari 13 desa dan merupakan wilayah pelayanan PT BPR Bank Boyolali (PERSERO DA) Kantor Kas Andong. Populasi penelitian mencakup masyarakat Kecamatan Klego yang telah menjadi nasabah maupun yang mengenal

produk simpanan bank. Karakteristik masyarakat yang beragam serta aktivitas ekonomi yang relatif tinggi menjadikan wilayah ini representatif untuk menggambarkan minat menabung masyarakat pedesaan.

Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner berdasarkan indikator masing-masing variabel. Literasi keuangan diukur melalui pemahaman pengelolaan keuangan dan produk perbankan, kualitas pelayanan mencakup keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (tangibles), kepercayaan meliputi keamanan dana, transparansi, dan reputasi bank, sedangkan minat menabung menggambarkan kecenderungan responden untuk menggunakan produk simpanan.

Sebanyak 165 kuesioner terkumpul, dan setelah proses seleksi kelengkapan serta konsistensi data, diperoleh 100 responden yang valid untuk dianalisis. Data selanjutnya diolah menggunakan Statistical Package for the Social Sciences (SPSS) versi 27 untuk menghasilkan temuan yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

## **Karakteristik Responden**

**Tabel 1. Klasifikasi Menurut Jenis Kelamin Responden**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase	Total
Perempuan	68	68%	100
Laki-laki	32	32%	%

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan data yang diperoleh, dari 100 responden terdapat 68 responden perempuan dan 32 responden laki-laki, sehingga responden perempuan lebih dominan dengan selisih 36 orang. Meskipun demikian, kedua kelompok gender tetap terwakili, sehingga data yang diperoleh masih mampu

menggambarkan persepsi responden secara beragam berdasarkan jenis kelamin dan tidak didominasi oleh satu kelompok saja.

**Tabel 2. Klasifikasi Menurut Usia Responden**

Usia	Jumlah	Persentase
<18 Tahun	5	5%
18-25 Tahun	72	72%
26-35 Tahun	7	7%
>35 Tahun	5	5%

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel tersebut, responden masyarakat Kecamatan Klego yang berusia 18–25 tahun berjumlah 72 orang, usia 26–35 tahun sebanyak 7 orang, usia kurang dari 18 tahun sebanyak 5 orang, dan usia di atas 35 tahun sebanyak 5 orang. Data ini menunjukkan bahwa responden didominasi oleh kelompok usia muda, sehingga dapat disimpulkan bahwa generasi muda memiliki ketertarikan lebih tinggi terhadap minat menabung di PT BPR Bank Boyolali (PERSERODA).

**Tabel 3. Klasifikasi Berdasarkan Desa Responden**

Asal Desa	Jumlah	Persentase
Kalangan	9	9%
Sendangrejo	5	5%
Tanjung	10	10%
Jaten	5	5%
Blumbang	6	6%
Sangge	9	9%
Banyurip	12	12%
Bade	43	43%
Klego	24	24%
Gondanglegi	10	10%
Karanggatak	8	8%
Sumberagung	10	10%
Karangmojo	12	12%

Sumber: Hasil Output SPSS27

**Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif**

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
LITERASI KEUANGAN	100	18	25	22.16	1.873	
KUALITAS PELAYANAN	100	18	25	22.02	2.069	

Berdasarkan data asal desa responden, jumlah responden terbesar berasal dari Desa Bade sebanyak 43 orang (43%), diikuti oleh Desa Klego sebanyak 24 orang (24%). Selanjutnya, responden dari Desa Banyurip dan Karangmojo masing-masing berjumlah 12 orang (12%), Desa Tanjung, Gondanglegi, dan Sumberagung masing-masing sebanyak 10 orang (10%), Desa Kalangan dan Sangge masing-masing 9 orang (9%), Desa Karanggatak sebanyak 8 orang (8%), Desa Blumbang sebanyak 6 orang (6%), serta Desa Sendangrejo dan Jaten masing-masing 5 orang (5%).

Distribusi ini menunjukkan bahwa responden tersebar di berbagai desa di Kecamatan Klego, dengan konsentrasi terbesar berada di Desa Bade dan Klego. Hal ini mengindikasikan bahwa partisipasi masyarakat dalam penelitian relatif merata, sehingga data yang diperoleh dapat merepresentasikan kondisi masyarakat Kecamatan Klego secara umum.

### Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan metode pengolahan data yang bertujuan menyederhanakan data agar lebih sistematis dan mudah dipahami melalui tabulasi serta penyajian dalam bentuk numerik atau grafik. Statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum karakteristik data dengan menghitung nilai rata-rata, median, modus, standar deviasi, serta pola distribusi data (Rahmah, 2025).

KEPERCAYAAN	100	17	25	23.21	2.095
MINAT	100	16	25	22.40	2.207
MENABUNG					
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan analisis statistik deskriptif terhadap 100 responden, diperoleh bahwa variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai terendah 18 dan tertinggi 25, dengan nilai rata-rata sebesar 22,16 serta standar deviasi 1,873. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai terendah 18 dan tertinggi 25, dengan rata-rata 22,02 dan standar deviasi 2,069. Selanjutnya, variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai terendah 17 dan tertinggi 25, dengan nilai

rata-rata 23,21 serta standar deviasi 2,095. Sementara itu, variabel minat menabung (Y) memiliki nilai terendah 16 dan tertinggi 25, dengan rata-rata 22,40 serta standar deviasi 2,207. Data tersebut menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai rata-rata yang relatif tinggi dengan variasi data yang cukup moderat.

### Hasil Uji Instrumen Data Uji Validitas

**Tabel 5. Hasil Validitas Variabel Literasi Keuangan**

Correlations						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	LITERASI KEUANGAN
X1.1	Pearson Correlation	1	.036	.548**	.242*	.161
	Sig. (2-tailed)		.719	.000	.015	.110
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.036	1	.232*	.348**	.436**
	Sig. (2-tailed)	.719		.020	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.548**	.232*	1	.372**	.237*
	Sig. (2-tailed)	.000	.020		.000	.018
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.242*	.348**	.372**	1	.450**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	.161	.436**	.237*	.450**	1	.634**
X1.5	Sig. (2-tailed)	.110	.000	.018	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.651**	.596**	.746**	.696**	.634**	1
LITERASI KEUANGAN	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel uji validitas instrumen diatas, nilai koefisien korelasi pearson (r-hitung) pada variabel Literasi Keuangan (X1) untuk masing-masing butir pernyataan secara berurutan adalah sebesar 0,651, 0,596, 0,746, 0,696, dan 0,634. Seluruh nilai r-hitung tersebut lebih besar daripada nilai kritis r-tabel sebesar 0,195 pada tingkat signifikansi

5% ( $\alpha=0,05$ ) dengan uji dua arah ( two-tailed test) dan derajat kebebasan (degrees of freedom) dengan rumus  $df=n-2$ , Dimana  $n=100$ , sehingga  $df=100-2=98$ . Dengan demikian, semua butir pernyataan pada variabel Literasi Keuangan (X1) memenuhi syarat validitas dan dinyatakan valid untuk digunakan dalam penelitian.

**Tabel 6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan**

Correlations							
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	KUALITAS PELAYANAN
	Pearson Correlation	1	.439**	.398**	.520**	.418**	.740**
X2.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.439**	1	.476**	.433**	.440**	.719**
X2.2	Sig. (2-tailed)		.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.398**	.476**	1	.510**	.474**	.756**
X2.3	Sig. (2-tailed)		.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Pearson Correlation	.520**	.433**	.510**	1	.574**	.815**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.418**	.440**	.474**	.574**	1	.758**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.740**	.719**	.756**	.815**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel uji validitas, nilai r-hitung variabel kualitas pelayanan (X2) secara berurutan sebesar 0,740, 0,719, 0,756, 0,815, 0,758, semuanya lebih besar dari r tabel 0,195. Sehingga item pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel 7. Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan**

Correlations							
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	KEPERCAYAAN
	Pearson Correlation	1	.500**	.490**	.463**	.450**	.713**
X3.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.500**	1	.639**	.582**	.606**	.826**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.490**	.639**	1	.682**	.671**	.859**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.463**	.582**	.682**	1	.667**	.838**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.450**	.606**	.671**	.667**	1
X3.5	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.713**	.826**	.859**	.838**	.826**
KEPERCAYAAN	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel uji validitas, nilai r-hitung variabel kepercayaan (X3) secara berurutan sebesar 0,713, 0,826, 0,859, 0,838, 0,826, semuanya lebih besar dari r tabel 0,195. Sehingga item pertanyaan dinyatakan valid.

**Tabel 8. Hasil Uji Validitas Minat Menabung**

Correlations						
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5
	Pearson Correlation	1	.358**	.663**	.578**	.289**
Y1.1	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.004
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.358**	1	.359**	.307**	.669**
Y1.2	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.663**	.359**	1	.710**	.291**
Y1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003
	N	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.578**	.307**	.710**	1	.313**
Y1.4	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.002
						.000

		N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation		.289**	.669**	.291**	.313**	1	.652**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.003	.002		.000
	N		100	100	100	100	100	100
MINAT MENABUNG	Pearson Correlation		.786**	.705**	.817**	.788**	.652**	1
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	
	N		100	100	100	100	100	100

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel uji validitas, nilai r-hitung variabel minat menabung (Y) secara berurutan sebesar 0,786, 0,705, 0,817s, 0,788, 0,652, semuanya lebih besar dari r tabel 0,195. Sehingga item pertanyaan dinyatakan valid.

### Uji Reabilitas

Uji reabilitas digunakan untuk menilai konsistensi dan keandalan instrumen penelitian, seperti kuesioner. Suatu instrumen dianggap reliabel jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Ini menunjukkan bahwa instrumen tersebut reliabel atau konsisten.

**Tabel 9. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
Literasi Keuangan	0,675	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,814	Reliabel
Kepercayaan	0,870	Reliabel
Minat Menabung	0,807	Reliabel

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel, variabel independen yang meliputi literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan, serta variabel dependen yaitu minat menabung, seluruhnya memiliki nilai Cronbach's Alpha  $> 0,60$ . Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa

seluruh variabel dinyatakan reliabel, sehingga data layak digunakan untuk mengukur variabel penelitian dan dianalisis lebih lanjut.

### Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

**Tabel 10. Uji Normalitas Monte Carlo**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
	N	100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	1
	Absolute	.126
Most Extreme Differences	Positive	.067
	Negative	-.126
	Kolmogorov-Smirnov Z	1.264
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082
Sig.		.075 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	99% Confidence Interval	
	Lower Bound	.068
	Upper Bound	.081

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan hasil uji normalitas metode Monte Carlo, diketahui bahwa residual penelitian berdistribusi normal dengan nilai signifikansi Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,082, lebih besar dari

0,05. Selain itu, berdasarkan *Central Limit Theorem*, data juga dapat dikategorikan normal karena jumlah responden ( $n = 100$ ) melebihi 30.

Dengan demikian, data memenuhi asumsi normalitas sehingga analisis statistik dapat dilakukan secara valid.

### Uji Multikolinearitas

**Tabel 11. Hasil Uji Multikorelinieritas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
	(Constant)	.150	1.801	.083	.934	
1	LITERASI KEUANGAN	.353	.113	.300	3.139	.002 .436 2.293
	KUALITAS PELAYANAN	.214	.099	.200	2.161	.033 .464 2.156
	KEPERCAYAAN	.419	.089	.397	4.711	.000 .560 1.785

Sumber: Hasil Output SPSS27

Dari tabel uji multikolinearitas, nilai VIF untuk variabel literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan adalah 2,293, 2,156, 1,785. Karena seluruh nilai VIF tersebut kurang di bawah 10 dan nilai tolerance untuk

setiap variabel lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala multikolinearitas, sehingga analisis regresi dapat dilakukan dengan valid.

### Uji Heteroskedastisitas

**Tabel 12. Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
	(Constant)	-.005	.002	-1.977	.051	
1	LITERASI KEUANGAN	-.002	.108	-.004	-.022	.982
	KUALITAS PELAYANAN	.087	.070	.233	1.244	.216
	KEPERCAYAAN	.067	.056	.210	1.199	.234

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan hasil uji glejser, diperoleh nilai p-value (signifikansi) untuk variabel Literasi Keuangan ( $X_1$ ) sebesar 0,982, Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,216, dan Kepercayaan ( $X_3$ ) sebesar 0,234. Seluruh nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf signifikansi 0,05, sehingga dapat

disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung gejala heteroskedastisitas. Hal ini menunjukkan bahwa varians error bersifat konstan, sehingga asumsi klasik terpenuhi dan model regresi dapat digunakan untuk pengujian hipotesis serta analisis lanjutan.

**Hasil Uji Ketepatan Model**  
**Hasil Koefisien Determinasi (R2)**  
**Tabel 13. Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.786 <sup>a</sup>	.617	.605	1.386

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi di atas dapat dilihat bahwa nilai Adjusted R Square 0,605. Hal ini menunjukkan bahwa variabel literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan mampu mempengaruhi minat menabung dengan nilai 0,605, sedangkan sisanya sebesar 39,5% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

**Uji Hipotesis (Uji t)**

**Tabel 15. Hasil Uji t**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.150	1.801		.083	.934
1	LITERASI KEUANGAN	.353	.113	.300	3.139 .002
	KUALITAS PELAYANAN	.214	.099	.200	2.161 .033
	KEPERCAYAAN	.419	.089	.397	4.711 .000

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan hasil uji t, variabel literasi keuangan (X1) memiliki nilai t hitung sebesar 3,139, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ , sehingga H0 ditolak dan H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa literasi keuangan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Variabel kualitas pelayanan (X2) memiliki nilai t hitung sebesar 2,161, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi

**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**Tabel 14. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
	Regression	297.536	3	99.179	51.615
1	Residual	184.464	96	1.921	
	Total	482.000	99		

Sumber: Hasil Output SPSS27

Berdasarkan tabel, diperoleh nilai F hitung sebesar 51,615. Dengan derajat kebebasan  $df_1 = K-1 = 3$  dan  $df_2 = n-K = 96$ , maka nilai F tabel pada taraf signifikansi 0,05 adalah 2,70. Karena  $F$  hitung ( $51,615$ )  $>$   $F$  tabel ( $2,70$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2, dan X3 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Y dalam model regresi.

$0,033 < 0,05$ , sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat. Sementara itu, variabel kepercayaan (X3) memiliki nilai t hitung sebesar 4,711, lebih besar dari t tabel sebesar 1,985 dengan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga H0 ditolak dan H1 diterima, yang menunjukkan bahwa kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap minat menabung masyarakat.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat pada PT BPR Bank Boyolali (PERSERO). Masyarakat menunjukkan pemahaman yang cukup baik mengenai konsep dasar keuangan, manfaat menabung, serta pengelolaan keuangan pribadi, sehingga semakin tinggi literasi keuangan, semakin besar kecenderungan masyarakat untuk menabung di lembaga perbankan. Pemahaman manfaat menabung juga berperan dalam perencanaan kebutuhan jangka pendek dan jangka panjang, seperti dana darurat, pendidikan, dan persiapan masa depan (Mujahidin et al., 2024).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Chania & Farhani (2025) yang menyatakan bahwa literasi keuangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Mayoritas responden berada pada rentang usia 18–25 tahun, menunjukkan bahwa generasi muda memiliki minat menabung yang tinggi apabila didukung oleh literasi keuangan yang memadai. Dengan demikian, literasi keuangan tidak hanya meningkatkan pengetahuan, tetapi juga membentuk perilaku keuangan yang bertanggung jawab. Oleh karena itu, peningkatan literasi keuangan melalui edukasi dan sosialisasi produk perbankan perlu terus dilakukan untuk mendorong pertumbuhan minat menabung dan meningkatkan inklusi keuangan masyarakat.

### **Pengaruh Literasi Keuangan terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung masyarakat

pada PT BPR Bank Boyolali (PERSERO). Secara umum, masyarakat menilai pelayanan bank sudah baik, sehingga mampu menciptakan rasa nyaman dan kepuasan yang mendorong minat menabung secara berkelanjutan. Pelayanan yang ramah, responsif, dan informatif membentuk persepsi positif nasabah, terutama melalui komunikasi yang jelas serta bantuan selama proses transaksi. Kecepatan dan ketepatan pelayanan juga meningkatkan efisiensi dan kenyamanan nasabah, sehingga memperkuat kepercayaan terhadap bank (Hasanah, 2025).

Temuan ini sejalan dengan penelitian Mafatzi & Rahmiyati (2025) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung. Mayoritas responden dari kelompok usia muda menunjukkan bahwa pelayanan yang cepat, ramah, dan profesional menjadi faktor utama dalam memilih produk tabungan. Kepercayaan nasabah terbentuk melalui konsistensi pelayanan dan komitmen bank dalam menjaga keamanan dana. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya memenuhi kebutuhan nasabah, tetapi juga membangun hubungan jangka panjang antara bank dan nasabah. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan guna mempertahankan kepercayaan nasabah dan meningkatkan minat menabung masyarakat.

### **Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat pada PT BPR Bank Boyolali (PERSERO). Masyarakat menilai bank mampu memberikan layanan yang aman dan

dapat diandalkan, sehingga menumbuhkan keyakinan untuk menyimpan dana. Temuan ini sejalan dengan penelitian Mustaidah & Sadiyah (2025) yang menyatakan bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat menabung.

Kepercayaan nasabah juga dipengaruhi oleh integritas dan profesionalitas petugas yang dinilai jujur, transparan, serta membantu nasabah dalam setiap transaksi (Haryono et al., 2020). Pengalaman positif seperti pelayanan cepat, informasi yang jelas, dan penyelesaian masalah yang efisien meningkatkan rasa aman dan mendorong minat menabung secara berkelanjutan. Mayoritas responden dari kelompok usia produktif menunjukkan bahwa kepercayaan yang tinggi, yang terbentuk melalui pelayanan yang konsisten dan aman, menjadi faktor penting dalam membentuk kebiasaan menabung generasi muda.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kepercayaan nasabah, semakin besar kecenderungan mereka untuk menabung pada PT BPR Bank Boyolali (PERSERO). Oleh karena itu, peningkatan kepercayaan melalui pelayanan yang transparan dan profesional perlu terus dilakukan untuk mendorong pertumbuhan jumlah penabung.

### **Pengaruh Literasi Keuangan, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Terhadap Minat Menabung**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat di PT BPR Bank Boyolali (PERSERO) Kantor Kas Andong. Temuan ini menunjukkan bahwa minat menabung tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal,

melainkan oleh kombinasi pemahaman keuangan, pengalaman pelayanan, dan tingkat kepercayaan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Faizah & Sa'diyah (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan ketiga aspek secara bersamaan mampu mendorong perilaku menabung, khususnya pada generasi muda usia 18–25 tahun yang juga mendominasi responden penelitian ini.

Literasi keuangan berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap produk perbankan, manfaat menabung, serta pengelolaan risiko sehingga memudahkan pengambilan keputusan keuangan yang rasional (Ahmad et al., 2020). Kualitas pelayanan melalui layanan yang responsif, prosedur yang jelas, dan sikap profesional petugas menciptakan kenyamanan nasabah, sedangkan kepercayaan memperkuat keyakinan masyarakat terhadap keamanan dan profesionalisme bank.

Dengan demikian, peningkatan minat menabung perlu dilakukan secara terpadu melalui penguatan literasi keuangan, peningkatan kualitas pelayanan, dan pembangunan kepercayaan nasabah agar mampu meningkatkan jumlah penabung dan memperkuat kinerja PT BPR Bank Boyolali (PERSERO) Kantor Kas Andong.

### **1. Simpulan, Keterbatasan Penelitian, dan Saran Simpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner, literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif terhadap minat menabung masyarakat di PT BPR Bank Boyolali (PERSERO) Kantor Kas Andong, yang menunjukkan bahwa minat menabung tidak dipengaruhi oleh satu faktor tunggal, melainkan oleh

kombinasi pemahaman keuangan, pengalaman pelayanan, dan tingkat kepercayaan nasabah. Temuan ini sejalan dengan penelitian Faizah & Sa'diyah (2022) yang menyatakan bahwa peningkatan ketiga aspek secara bersamaan mampu mendorong perilaku menabung, khususnya pada generasi muda usia 18–25 tahun yang mendominasi responden penelitian ini. Literasi keuangan membantu masyarakat memahami produk perbankan, manfaat menabung, serta pengelolaan risiko sehingga memudahkan pengambilan keputusan keuangan yang rasional (Ahmad et al., 2020), sementara kualitas pelayanan melalui layanan yang responsif, prosedur yang jelas, dan sikap profesional petugas menciptakan kenyamanan nasabah, serta kepercayaan memperkuat keyakinan terhadap keamanan dan profesionalisme bank. Dengan demikian, peningkatan minat menabung perlu dilakukan secara terpadu melalui penguatan literasi keuangan, peningkatan kualitas pelayanan, dan pembangunan kepercayaan nasabah guna meningkatkan jumlah penabung dan memperkuat kinerja PT BPR Bank Boyolali (PERSERODA) Kantor Kas Andong.

### Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, lokasi penelitian hanya dilakukan di Kecamatan Klego, Kabupaten Boyolali, sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan ke wilayah lain yang memiliki karakteristik sosial, ekonomi, dan budaya yang berbeda. Kedua, jumlah responden terbatas sebanyak 100 orang dengan dominasi responden usia 18–25 tahun, yang berpotensi memengaruhi hasil karena karakteristik generasi muda dapat berbeda dengan

kelompok usia lainnya dalam hal literasi keuangan, persepsi kualitas pelayanan, dan tingkat kepercayaan terhadap bank. Ketiga, metode pengumpulan data menggunakan kuesioner bersifat subjektif sehingga memungkinkan adanya bias jawaban responden. Keempat, penelitian ini hanya memfokuskan pada variabel literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan, sementara faktor lain seperti pendapatan, lingkungan sosial, pengaruh keluarga, dan faktor psikologis tidak dianalisis sehingga membatasi cakupan interpretasi hasil. Kelima, keterbatasan waktu dan sumber daya menyebabkan data yang diperoleh belum sepenuhnya mencerminkan kondisi jangka panjang dan membatasi perluasan pengumpulan data secara lebih mendalam.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh literasi keuangan, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap minat menabung masyarakat di PT BPR Bank Boyolali (PERSERODA) Kantor Kas Andong, maka beberapa saran dapat diberikan. Bagi pihak PT BPR Bank Boyolali (PERSERODA) Kantor Kas Andong, disarankan untuk meningkatkan program edukasi literasi keuangan, khususnya bagi generasi muda, melalui kegiatan sosialisasi, seminar, dan pelatihan perencanaan keuangan guna mendorong peningkatan minat menabung. Selain itu, bank perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, terutama dalam aspek kecepatan, ketepatan, responsivitas, serta keramahan petugas agar nasabah merasa nyaman dan puas. Penguatan kepercayaan masyarakat juga perlu dilakukan melalui transparansi pengelolaan dana, peningkatan keamanan layanan, serta pembangunan reputasi bank yang baik. Bagi

masyarakat Kecamatan Klego, disarankan untuk meningkatkan literasi keuangan secara mandiri agar mampu mengambil keputusan menabung yang lebih tepat dan terencana, serta memanfaatkan layanan perbankan yang profesional dan transparan secara optimal. Sementara itu, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi minat menabung, seperti tingkat pendapatan, budaya menabung, dan pengaruh media sosial, serta memperluas jumlah sampel atau wilayah penelitian agar hasil penelitian memiliki tingkat generalisasi yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adi, J. M.; Zailani, A.; Wijastuti, S. 2021. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Terhadap Kinerja Usaha Kecil." *Jurnal Widya Ganecwara* 11(1).
- Afriyanti, Delima, and Nur Fadillah. 2025. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah: Studi Pada Masyarakat Kelurahan Kerinci Kota Kecamatan Pangkalan Kerinci Kabupaten Pelalawan Riau." *Al-Ma'lumat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 3(1): 48–57.
- Ahmad, G. N., Widyastuti, U., Susanti, S., & Mukhibad, H. 2020. "Determinants of Islamic Financial Literacy." *Accounting* 6(6): 961–66.
- Alfianti, E., & Kartikasari, W. 2023. "Pengaruh Media Audio Visual Terhadap Hasil Belajar Pada Pembelajaran SBDP Siswa Kelas V." *Jurnal PGSD Universitas Lamappapoleonro* 1(2): 127–34.
- Almaqi, A. Z. Z., Hidayat, C. W., & Hidayat, C. W. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Masyarakat Di Bank Syariah Indonesia." *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen* 11(2): 98–105.
- Aprilia, T., & Indrarini, R. 2024. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Fasilitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah Bagi Masyarakat Pedesaan Nganjuk." *Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam* 7(3): 48–59.
- Ardiansyah, R., Risnita, & Jailani, M. S. 2023. "Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif Dan Kuantitatif." *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam* 1(2): 1–9.
- Aulia. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Literasi Keuangan, Dan Produk Dalam Memperkuat Minat Menabung Masyarakat: Studi Kasus BSI."
- Aziz, N. & Hendrastyo, V. S. 2020. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, Dan Promosi Terhadap Minat Nasabah Menabung Pada Bank Syariah Cabang Ulak Karang Kota Padang." *Jurnal Pundi* 3(3): 227. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.183>.
- Azizah, Aldilla Iradiany & Pandan Zahwa. 2023. "Analisis Pengaruh Literasi Keuangan, Sosialisasi Keuangan Keluarga, Dan Uang Saku Terhadap Minat Menabung Pada Siswa Usia Remaja Kota Yogyakarta." *jurnal Orientasi Bisnis dan Entrepreneurship (JOBS)*.
- Budi, Novita; 2024. "Financial Literacy, Customer Trust and Interest in Saving." *TABARRU'*.
- Cahyono, C. T.; Marimin, A.;

- Pardanawati, S. L. 2025. "Analisis Pengetahuan, Budaya Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11(2).
- Chania, and Farhani. 2025. "Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Masyarakat."
- Dalimunthe, N.; Lubis, N. K. 2023. "Peran Lembaga Perbankan Terhadap Pembangunan Ekonomi: Fungsi Dan Tujuannya Dalam Menyokong Ketenagakerjaan." *Jurnal Masharif Al-Syariah* 8(4).
- Dede. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Tabungan Emas Di Pegadaian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Moderating."
- Eki Dwi Septiani, Miswan Ansori, & Zahrotun Nafisah. 2025. "Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada Lembaga Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Karyawan PT SAMI-JF." *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan* 12(2): 835–49.
- Fadillah, Delima Afriyanti & Nur. 2025. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Al-Ma'lumat: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman* 3(1): 48–57.  
<https://doi.org/10.56184/jam.v3i1.460>.
- Faizah, N., & Sa'diyah, M. 2022. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan, Dan Tingkat Kepercayaan Terhadap Minat Mahasiswa Dalam Menabung Di Bank Syariah." In *UMMagelang Conference Series*, , 253–66.
- Fatkhiyyah Ramadhanti Kurnia Putri, &
- Irmayanti Hasan. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Nasabah." *DMS (Dinamika Manajemen Syariah)*.
- Febrian, J., & Budianto, E. W. H. "Pengaruh Pengetahuan, Kepercayaan, Produk, Pelayanan, Dan Religiusitas Terhadap Minat Menabung." *Zenodo*.
- Gujarati, D. N., & Porter, D. C. 2010. *Essentials of Econometrics* (4th Ed.).
- Harahap, A. A. 2024. "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung." *UIN Padangsidimpuan*.
- Haryono, R. 2022. "Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Journal of Comprehensive Islamic Studies* 1(1): 133–56.
- Hasanah, S. M. H. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Konsumen, Dan Periklanan Program FAEDAH Terhadap Minat Menabung Nasabah." *MAQOSID: Jurnal Studi Keislaman dan Hukum Ekonomi Syariah* 13(1): 70–92.
- Hermawati, A. 2023. "Pengaruh Penanganan Keluhan, Komunikasi Pemasaran Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas." *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital* 1(1): 14–28.
- Holle, M. H.; Manilet, A. 2023. "Indeks Inklusi Keuangan Indonesia: Analisis Kontribusi Sektor Usaha Lembaga Keuangan Mikro." *Jurnal Investasi Islam* 4(2): 550–569.
- Indartini, I., Mintarti, M., & Mutmainah, M. *Analisis Data Kuantitatif: Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Uji Korelasi Dan Regresi Linier Berganda*.

- Keuangan, Otoritas Jasa. 2022. "Survei Nasional Literasi Dan Inklusi Keuangan 2022." *OJK*.
- Kusuma Mafatzi, N. N. Rahmiyati, N. 2025. *Indikator Kualitas Pelayanan Dalam Lembaga Keuangan*.
- Leuhena, C. M.; Tanihatu, M. M.; Saleky, S. R. J. 2023. "No Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Minat Nasabah." *Jurnal Administrasi Terapan* 2(2): 435–450.
- Listiani. 2023. "Pengaruh Reputasi Perusahaan, Online Customer Review, Dan Online Customer Rating Terhadap Tingkat Kepercayaan Konsumen." *STIE Indonesia*.
- Mafatzi, N. N., & Rahmiyati, N. 2025. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Konsumen, Dan Periklanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Jatim KCP Untag Semolowaru Surabaya." *GEMAH RIPAH: Jurnal Bisnis*, 5(3): 133–46.
- Maharani, R., Supriyanto, T., & Rahmi, M. 2021. "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menabung Di Bank Syariah (Studi Kasus Di BSI Eks BSM)." *Syirkah: Jurnal Ekonomi Islam* 7(2): 127–36.
- Marpaung, R.; Damanik, M. J. 2023. "Dampak Ekonomi Akibat Wanprestasi Debitur Di Bank Perkreditan Rakyat." *Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi* 7(2).
- Mujahidin et al. 2024. "Pemahaman Masyarakat Terhadap Manfaat Menabung Untuk Kebutuhan Jangka Pendek Dan Jangka Panjang."
- Mustaidah, Z., & Sadiyah, M. 2025. "Pengaruh Halal Lifestyle, Literasi Keuangan Syariah, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 8(1): 266–78.
- Napitupulu, R., Simanjuntak, T., Hutabarat, L., Damanik, H., Hartanja, H., Sirait, R., & Tobing, C. 2021. *Penelitian Bisnis: Teknik Dan Analisis Data Dengan SPSS, STATA, Dan EViews*. Medan: Madenatera.
- Ningsih, S., & Arsal, A. 2022. "Penerapan Simulasi Monte Carlo Untuk Pengukuran Value at Risk (VaR)." *Research in the Mathematical and Natural Sciences* 1(2): 8–16.
- Novianto, S., & Nisa, F. L. 2024. "Pengaruh Kepercayaan Nasabah Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah." *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal* 3(3): 1177–89.
- Novitasari, E.; Ayuningtyas, T. 2021. "Analisis Ekonomi Keluarga Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Menabung Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2016 Di STKIP PGRI Lumajang." *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi* 6(1): 35–46.
- Nuryanti, S. F. T.; Husaen, F. D. U. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Pengetahuan Produk Dan Pendapatan Mahasiswa Terhadap Minat Menabung Di BMT." *el-Amwal* 7(1): 101–112.
- Putri, Raden Vina Iskandya. 2023. "Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian."
- Radia, Resti; "Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung."
- Raharjo, D.; Sriyono; Sari, H. M. K. 2025. "Pengaruh Pengetahuan Tentang Bank, Literasi Keuangan Syariah, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah."

- Menabung.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 6(5): 1386.
- Rahmah. 2025. “Statistik Deskriptif Dalam Analisis Data Penelitian.”
- Raihana, S., & Aulia, R. 2020. “Pengaruh Pengetahuan, Religiusitas, Lokasi, Dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat Menabung Di Bank Aceh Syariah Cabang Jeuram.” *JIHBIZ: Global Journal of Islamic Banking and Finance* 2(2): 110–23.
- Rendy Zulfikar Dwiantoro, Haryono, Nurul Imamah. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Tabungan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Nasabah Di Di Bank Jatim KCP Driyorejo Gresik.” *Ekonomi dan Bisnis* 1: 55–63.
- Resti, & Radia. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan Syariah Dan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *MAPS*.
- Risnawati, R., & Syaparuddin, S. 2021. “Pengaruh Literasi Keuangan Syariah Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menabung Di Bank Syariah Indonesia.” *Al-Iqtishad: Jurnal Ekonomi*, 13(1): 1–19.
- Rohmanto, K. 2018. “Pengaruh Tingkat Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Minat Masyarakat Desa Sraten Kabupaten Semarang Untuk Menabung Di Bank Syariah.” *IAIN Salatiga*.
- Sari, D. I.; Afandy, J. 2024. “Minat Menabung Di Bank Syariah Ditinjau Dari Literasi Keuangan Syariah, Pendapatan Dan Religiusitas.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10(3): 2428–2437.
- Simpanan., Lembaga Penjamin. 2025. “Perkembangan Indeks Menabung Konsumen Dan Indeks Kepercayaan Konsumen Juli 2025.” <https://lps.go.id/perkembangan-indeks-menabung-konsumen-dan-indeks-kepercayaan-konsumen-juli-2025/%0A%0A>.
- Sriyono, T. Z. N., Ilmi, S., Aly, D. M., & Muhadi, M. F. 2024. “Pengaruh Tingkat Literasi Keuangan, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung Di Bank Syariah.” *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam* 5(5): 3536–44.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sulastrri, I. E. 2025. “Pengaruh Literasi Keuangan, Religiusitas, Kualitas Pelayanan, Dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Menabung Di Bank Syariah.” *E-JRA* 9(11): 10–27.
- Sulung, U. 2024. “Analisis Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Keuangan.” *Jurnal Edu Research: Indonesian Institute for Corporate Learning and Studies (IICLS)* 5(2): 28–33.
- Surmayanti, R.; Sabrina, N.; Saqdiah, F.; Evodila, E. 2024. “Pengaruh Tingkat Suku Bunga Deposito Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.” *JEKKP* 6(2).
- Tulwaiddah. 2023. *Konsep Minat Dalam Perilaku Individu*.
- Ursila, Suci. 2022. “Pengaruh Pembelajaran Perbankan Syariah, Kualitas Pelayanan, Dan Literasi Keuangan Terhadap Minat Menabung Mahasiswa Pendidikan Akuntansi Di Bank Syariah.”
- Wahyuningsih, S. “Pengaruh Harga, Cita Rasa, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Angkringan Acil Jakarta Pusat.”
- Wang, H.; Ma, B.; Bai, R.; Zhang, L.

2021. "The Unexpected Effect of Frugality on Green Purchase Intention." *Journal of Retailing and Consumer Services* 59: 102385.
- Wati, E. M.; Meliza, D.; Mulyadita, R. 2025. "Pengaruh Religiusitas Dan Literasi Keuangan Syariah Terhadap Minat Menabung Mahasiswa." *JUHANPERAK* 6(1): 150–163.
- Winarti, W.; Supyan, I. S. 2022. "Peranan Literasi Keuangan Dalam Perencanaan Keuangan Individu." In Prosiding FRIMA, 49–56.